

中日再劝诱言语行为的语用策略考察——以大学生会话为例

葛俊子

指导教师：任星 助理教授

厦门大学

学校编码：10384

学号：12220131152715

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

UDC\_\_\_\_\_

厦 門 大 学

硕 士 学 位 论 文

中日再劝诱言语行为的语用策略考察  
——以大学生会话为例

中日母語話者における再勧誘ストラテジーの考察  
——大学生会話を例に

葛俊子

指导教师姓名： 任 星 助理教授

专 业 名 称： 日 语 语 言 文 学

论文提交日期： 2 0 1 6 年 4 月

论文答辩时间： 2 0 1 6 年 5 月

学位授予日期： 2 0 1 6 年 6 月

答辩委员会主席：\_\_\_\_\_

评 阅 人：\_\_\_\_\_

2016 年 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（        ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年        月        日

## 要 旨

異文化コミュニケーションにおいて、摩擦や誤解が生じることがしばしばある。日本語学習者が友人を誘ったり、逆に誘われたりする際、言葉は通じているのにも関わらず、相手の意図が理解できず、また、意図が精確に伝えられなかったため、誤解が起きてしまう。

本稿では、再勧誘行為を取り上げ、ロールプレイの会話調査でデータを収集することにより、中日母語話者が再勧誘するときに使用するストラテジーの類似点と相違点を考察した。

その結果、日本語母語話者（以下は JNS と略称する）が意味公式「共同行為要求+誘導発話」、中国語母語話者（以下は CNS と略称する）が意味公式「誘導発話+情報提供」というパターンが再勧誘ストラテジーとして多く用いられることが明らかになった。勧誘者がそれぞれどのような意味公式を使う傾向があるのかを分析した結果、JNS が「共同行為要求」の下位種類 Ab「相手の意向を間接的に尋ねる」を多用し、CNS が Ba「自分の意向を直接に述べる」の下位種類を多く使っていることが分かった。また、JNS が「気配りの発話」のストラテジーを使用する割合は 18.6%にも達していたが、CNS の場合では、「気配り発話」の使用例は見当たらず、「否定や不満の発話」の例は 8 回がある。

以上から、筆者は JNS が自分の意欲を抑えても、先に被勧誘者の都合を配慮した行動を「自制」のストラテジーまたは配慮型と定義し、CNS の勧誘者が優先に自己の意欲を表し、被勧誘者の都合を少なく配慮した行動を「表出」のストラテジーまたは配慮型と定義した。

**キーワード：** 再勧誘行為 ストラテジー 意味公式 ポライトネス

## 摘 要

隶属不同文化和语言的人们在交流时往往容易产生误解与摩擦。随着全球化发展,中日两国人民之间的交往愈发紧密频繁,两国人民的思维模式和语言习惯中存在的差异也愈加突显,关于两国言语行为的研究已十分必要。

劝诱行为,是指说话者邀请听话者和说话者一同进行相同行动的行为。实际交际中,劝诱谈话往往不只进行一次,当被劝诱者对劝诱行为犹豫不决的时候,劝诱者常会采取某种策略进行再劝诱行为。笔者认为,通过探讨中日再劝诱言语行为语用策略的异同,有助于提高日语学习者在跨文化交际中实施再劝诱言语行为的语用能力,也有利于通过语言建立良好的人际关系,避免交际中摩擦与误解的产生。

本文试图以语用学言语行为理论为基础,利用情景演绎方法(role play)获取实际语料进行调查研究,探讨中日再劝诱言语行为语用策略的异同,在此基础上为语言学习者在跨文化交际中实施再劝诱言语行为提供可行的建议。

从调查取得的数据来看,日语母语者(简称JNS)在进行再劝诱对话时,偏向使用“共同行为要求+诱导发话”的策略来达到再劝诱行为的目的,而汉语母语者(简称CNS)则偏向使用“诱导发话+情报提供”或“诱导发话+共同行为要求”的语用策略来达到再劝诱目的。“共同行为要求”可继续细分为“间接询问对方意见”及“直接表达自己意见”2种策略。JNS在使用“共同行为要求”策略时,侧重使用“间接询问对方意见”,而CNS更侧重使用“直接表达自己意见”的策略。

通过对中日再劝诱言语行为语用策略及其下属策略的分析研究,笔者认为JNS所使用的再劝诱语用策略可总结为“自制型”策略,CNS所使用的再劝诱语用策略可总结为“表出型”策略。

**关键词:** 再劝诱行为 语用策略 意味公式 礼貌原则

## 目 次

要 旨.....	I
摘 要.....	II
第一章 序論.....	1
1.1 研究の背景と目的.....	1
1.2 先行研究と本研究の位置づけ.....	2
1.2.1 先行研究.....	2
1.2.2 先行研究の問題点.....	6
1.2.3 本研究の試み.....	7
第二章 研究方法.....	8
2.1 調査の概要.....	8
2.1.1 調査期間と場所.....	8
2.1.2 調査対象.....	8
2.1.3 調査概要.....	9
2.2 分析方法と用語の定義.....	11
2.3 文字化方法.....	15
第三章 再勧誘ストラテジーの中日対照.....	16
3.1 再勧誘ストラテジーの種類別と使用頻度.....	16
3.1.1 JNS の再勧誘ストラテジーの種類別と使用頻度.....	16
3.1.2 CNS の再勧誘ストラテジーの種類別と使用頻度.....	19
3.1.3 本節のまとめ.....	22
3.2 各意味公式の種類別と使用頻度の中日対照.....	24
3.2.1 「気配りの発話」と「否定や不満の発話」の中日比較.....	24
3.2.2 「都合・理由の尋ね」の中日比較.....	26

3.2.3 「代案・解決策の提示」の中日比較.....	27
3.2.4 「情報提供」の中日比較.....	28
3.2.5 「誘導発話」の中日比較.....	29
3.3 「共同行為要求」の中日比較.....	34
<b>3.2.7 本節のまとめ.....</b>	<b>38</b>
<b>第四章 ポライトネス理論からの比較考察.....</b>	<b>40</b>
4.1 ポライトネス理論の概観.....	40
4.2 JNS のストラテジー.....	42
4.3 CNS のストラテジー.....	44
<b>第五章 結論.....</b>	<b>47</b>
5.1 結果と考察.....	47
5.2 今後の課題.....	49
<b>付録一 JNS 再勧誘会話文字化資料.....</b>	<b>51</b>
<b>付録二 CNS 再勧誘会話文字化資料.....</b>	<b>58</b>
<b>参 考 文 献.....</b>	<b>63</b>
<b>謝 辞.....</b>	<b>66</b>

# 目 录

摘要（日语） .....	I
摘要（汉语） .....	II
<b>第一章 序论</b> .....	<b>1</b>
1.1 研究背景和目的.....	1
1.2 先行研究和本研究的尝试.....	2
1.2.1 先行研究.....	2
1.2.2 先行研究中问题点.....	6
1.2.3 本研究的尝试.....	7
<b>第二章 研究方法</b> .....	<b>8</b>
2.1 调查概要.....	8
2.1.1 调查期间和场所.....	8
2.1.2 调查对象.....	8
2.1.3 调查概要.....	9
2.2 分析方法与用语定义.....	10
2.3 文字化方法.....	14
<b>第三章 再劝诱策略的中日对比</b> .....	<b>16</b>
3.1 再劝诱策略的分类与使用频率.....	16
3.1.1 JNS 再劝诱策略的分类与使用频率.....	16
3.1.2 CNS 再劝诱策略的分类与使用频率.....	19
3.1.3 本节小结.....	22
3.2 各意味公式的中日比较.....	24
3.2.1 「気配りの発話」与「否定や不満の発話」中日对照.....	24
3.2.2 「都合・理由の尋ね」中日对照.....	26
3.2.3 「代案・解決策の提示」中日对照.....	27



3.2.4 「情報提供」中日对照.....	28
3.2.5 「誘導発話」中日对照.....	29
3.2.6 「共同行為要求」中日对照.....	34
3.2.7 本节小结.....	38
<b>第四章 礼貌原则看再劝诱策略使用的差异.....</b>	<b>40</b>
4.1 礼貌原则理论概述.....	40
4.2 日语母语者的策略选择.....	42
4.3 汉语母语者的策略选择.....	44
<b>第五章 结论.....</b>	<b>47</b>
5.1 结果与考察.....	47
5.2 今后的课题.....	49
<b>附录一 JNS 再劝诱会话文字版.....</b>	<b>51</b>
<b>附录二 CNS 再劝诱会话文字版.....</b>	<b>58</b>
<b>参考文献.....</b>	<b>63</b>
<b>谢辞.....</b>	<b>66</b>

## 第一章 序論

### 1.1 研究の背景と目的

異文化コミュニケーションにおいて、しばしば摩擦や誤解が生じる危険性がある。言語の習得は記憶の堆積であると言えるが、言語行動はその記憶の堆積の中から場面に応じ、相手にする配慮によってもっともふさわしい言語形式を選択し、使用するというプロセス的なものである。対人言語行動の目的は依頼や断り、説得、謝罪などさまざまであるが、これらの言語行動には、話の切り出し、状況説明、行動の促し、対人配慮など多くのことが含まれている。話し手は「当該の言語行動の目的を効果的に達成すること」と「相手との対人関係を良好に保つこと」という2点を配慮して言語行動を取る。

言語行動のうち、「勧誘」という行為は日常生活で普遍的に見られることであり、良い人間関係を保つためには欠かせない行為であると考えられる。「勧誘」とは、相手の気持ちを動かして、ある行動をともにすることである。(ザトラウスキー, 1993 : 2)。日本語学習者の場合では、日本人を勧誘するとき、日本語でコミュニケーションすることは当然だが、日本人のように自然な誘い方を身に付けることは難しい。

日本語学習者が友人を誘ったり、逆に誘われたりするとき、言葉が通じているのにも関わらず、相手の意図が理解できず、また意図が精確に伝わっていないため、誤解が起きてしまう。そこで、状況に応じ、発話内容を適当な表現で述べること、すなわち、どのような「ストラテジー (戦略)」で表現を組み立てればいいのかを考慮する必要がある。「ストラテジー」とは、Gumperz (1982) の「discourse strategy」の定義に従い、談話のやりとりの中での目標(goal)を達成しようとする方法のことを指す。

しかし、日常生活の会話では、「勧誘」のような勧誘者から被勧誘者への働きかけをする行為は、一度の発話または1回のやりとりのみで目標を達成で

きるとは限らない。勧誘場面では、被勧誘者から承諾してもらえなかった際に、相手に負担を押し付ける可能性があるため、勧誘者が言葉遣いに注意を払い、人間関係に配慮しながら、働きかけを繰り返すことがある。このように、1回被勧誘者に躊躇され、断られた後に再び勧誘者から行う「再勧誘」行為では、さまざまな策略が現れると考えられる。

そこで、本稿では、この「再勧誘」行為を取り上げ、その中に現れる配慮の仕方において、中日母語話者が使用するストラテジーがどのように共通し、またどのように相違しているかを解明したい。

## 1.2 先行研究と本研究の位置づけ

### 1.2.1 先行研究

ザトラウスキー(1993)は、日本語母語話者が電話で勧誘する会話を分析対象とし、お茶の誘い、プールに誘うなどの場面で、相手を勧誘するときに使用するストラテジーについて、誘い談話の展開と構造という観点から、日英両言語の勧誘の会話構造を研究した。そこで、「話段」、「発話機能」という発話単位を導入し、「勧誘の談話」という基本的構造を支持する発話を「勧誘の話段」と「勧誘応答の話段」に分けて、それに焦点を絞った。さらにそれぞれの話段を「注目要求」、「情報提供」、「意思表示」、「共同行為要求」など12の発話機能に分類し、そこから勧誘者のストラテジーと被勧誘者のストラテジを分類考察した。その結果、日本語母語話者はよく遠慮がちに誘い、「情報提供」、「共同行為要求」というストラテジーが多く見られること、被勧誘者が断られた場合、代案の話段が現れること、被勧誘者は断るときよく「思いやり」を示すことなど、勧誘の会話の構造について様々な傾向が示された。

問題点：電話勧誘会話の内容として、お茶会への誘い、プールに誘う、飲み会への誘い、ハワイ旅行への誘いなど種類があまりにも多く、話題が一致し

ていないという問題点がある。また、その会話者として、先輩と後輩、友人同士、家庭主婦、知らない人など親疎関係が分類されていないため、会話の構造分析の結果には、特定できないものが多い。

長谷川（2002）は、日本語母語話者と日本語学習者を対象とし、勧誘会話を比較した。日本語母語話者の会話例は、前述のザトラウスキー（1993）における電話勧誘会話のデータを用い、日本語学習者の会話例は KY コーパス<sup>①</sup>からのデータを使用した。勧誘者の発話を分析するため、勧誘先行語句、言いさしの使用、勧誘表現のバリエーションという 3 つの観点から比較し、日本語学習者と日本語母語話者が使用する言葉の特徴を考察した。勧誘先行語句の使用を比較した結果には、日本語母語話者より、日本語学習者のほうが多く使う傾向を見出した。言いさしの使用については、10 例の発話では、日本語学習者には 1 例しか見られず、日本語母語話者に比べてその割合が低いことを明らかにした。また、勧誘表現のバリエーションでは、長谷川はザトラウスキー（1993）の「共同行為要求」の発話表現をまとめ、「A.相手の意向を尋ねる」と「B.自分の意向を述べる」と二分している（長谷川，2002：220）（本稿 p33 参照）。

その結果、勧誘表現のバリエーションでは、日本語母語話者は被勧誘者の意向を尋ねる表現を多く使い、日本語学習者は自分の意向を直接述べる表現を多用していることがわかった。更に、長谷川は、日本語学習者が教科書の提示内容から影響を受けることを原因として指摘している。

問題点：長谷川では、データ収集の調査方法について、日本語母語話者の会話例は前述のザトラウスキーの電話勧誘会話を用い、日本語学習者の会話例は KY コーパスから得られた例であるが、電話による勧誘会話ではない。そのように、データ出所が一致していないことは対照研究の分析に多少影響を与えられられる。

倉本・大浜（2008）は、意味公式<sup>②</sup>の観点から、日本人学生による 2 次会へ

① KY コーパスとは、90 人分の OPI テープを文字化した言語資料である。90 人の被験者を母語別に見ると、中国語、英語、韓国語がそれぞれ 30 人ずつであり、さらに、その 30 人の OPI の判定結果別の内訳は、それぞれ、初級 5 人、中級 10 人、上級 10 人、超級 5 人ずつとなっている。

② 意味公式とは、発話の分析に使用されている意味的なまとまりの単位であり、「発話行為を構成する

の勧誘行為を研究した。研究対象は、2人1組計34組の日本人大学生である。勧誘場面を飲み会後の2次会への誘いに設定し、ロールプレイの会話調査を行った。先行研究によく現れる日本人の言語行動の特徴「相手への配慮」が今回設定した勧誘場面でも同様に见られるかどうかを目的として分析を行った。結果として総会話数34のうち、26会話で勧誘が受諾され、断りで終わったものは8会話であった。勧誘者より、被勧誘者のほうが「勧誘支持」、「情報要求」のような「相手への配慮行動」に関わる発話が多く見られ、ときには、勧誘者が相手の気持ちを配慮せず、2次会への勧誘を強引に押し付けようとする例も見られた。

筒井（2002）は、日本語教育の立場から、勧誘会話の構造分析を行い、勧誘会話を例として、日本語教育の教材における従来文法・文型中心の会話シラバスから、機能や場面、話題など多様な会話シラバスに変える必要があると指摘した。また、初級の会話教育におけるシラバス案も提示し、場面や状況に応じた会話能力は育てるためには、談話構造の単純なものから複雑なものへと段階的に提示することが重要であると指摘した。勧誘の会話は実際に「勧誘」と「相談」2つの異なる言語行為に分けられ、「勧誘」では、「勧誘—承諾」という単純で短い構造があり、「相談」には、「勧誘—承諾」以外に行為の場所、時間などを相談して決定しなければならない状況があるため、構造は一層複雑になると述べている。

鈴木（2003）は、筒井（2002）の研究を継承発展し、日本語教育の観点から、コミュニケーションにおける勧誘会話の仕組みを考察した。鈴木は、日本語の教材で取り扱っている勧誘発話が「勧誘—承諾」のような簡単な構造だと指摘したが、実際に日常生活における勧誘という言語行動は、複雑かつ長い談話であり、発話、談話、言語行動という3つのレベルで勧誘が成り立つものであると指摘している。また、教材作成や教室活動においても、場合や状況を設定すれば、現れる談話構造も言語形式もでき、勧誘を段階的かつ

---

最小の機能的な単位」と定義されている。（藤森 1995）

体系的に提示できると述べている。

姫野（1991）は、日英両言語における依頼と勧誘の文型や構文を着目し、受益者表現の比較研究を行った。日本語では、依頼と勧誘の文型が、「どうぞ」、「お願いします」、「～ませんか」、「～てくださいませんか」という構文で明確に区別されており、その構文を通じ、受益者は誰であるかのもわかりやすい。英語では、依頼と勧誘が「please」、「would you mind~」、「will you~」という構文ではっきりと区別できず、受益者は誰であるかのもわかりにくいことと指摘した。

そのほか、対照研究の立場から勧誘行動の特徴への研究を行ったものには、中日対照研究として、黄（2011）、李（2014）；日韓対照研究として宇佐美（2006）、鄭（2013）が挙げられる。

黄（2011）は、意味公式の観点から、勧誘会話での「共同行為要求」の意味公式に焦点を当て、ロールプレイの調査方法により、中日母語話者が勧誘する際に使った「共同行為要求」をめぐって、比較考察を行った。考察する問題には、1）「共同行為要求」の全体的使用頻度の比較；2）「共同行為要求」の種類別の使用頻度の比較；3）「共同行為要求」との組み合わせの出現順序の比較という3つの問題がある。

問題点：黄（2011）では、「共同行為要求」の意味公式のみ分析し、その対象とする勧誘会話も1回目の勧誘、即ち初勧誘部にとどまっていることから、勧誘場面における中日両言語の特徴を解明することには論拠が足りないと考えられる。

李（2014）は、家庭と職場を素材とするドラマに現れた勧誘発話を研究対象とし、中日勧誘行為の会話策略を考察した。データによると、李は勧誘会話を「意願確認型」、「意願表述型」、「可能性確認型」、「情報提供型」、「情報要求型」にわけていた。その結果、日本語では、「意願確認型」、「意願表述型」、「情報要求型」の策略が使われた傾向があり、中国語では、「意願確認型」、「意願表述型」、「情報提供型」という策略が用いられる傾向がある。

問題点：家庭と職場を素材とするドラマからの会話を分析データとする調

査方法の場合では、勧誘行為が発生した場面がそれぞれ違った恐れがあり、比較研究に対して、厳密ではない調査法だと考えられる。

宇佐美（2006）は、日韓母語話者を研究対象とし、ロールプレイの調査方法で得られたデータから、勧誘のやりとりを挙げ、日韓勧誘行為を比較分析した。韓国語母語話者の分析結果では、相手への配慮は見られず、自分の意向や意見を直接に述べる例が多い。日本語母語話者の分析結果では、自分の意見を問わず相手に合わせようとする配慮が含まれる傾向が見られた。

鄭（2013）は、談話完成テストの調査方法で、日本語母語話者、韓国語母語話者と韓国人日本語学習者を対象とし、「再勧誘」行動に現れるポライトネス・ストラテジーを考察した。次に、日韓母語話者および韓国人日本語学習者からそれぞれの配慮意識についてポライトネス理論、異文化間語用論、中間言語語用論の理論で分析を行っている。鄭は、談話完成テストをデータ収集方法として、「目下、負荷小」、「目下、負荷大」、「目上、負荷小」、「目上、負荷大」、「同等、負荷小」、「同等、負荷大」の6場面を設定し、親疎関係を全面的に考慮した。

問題点：データ収集の面で、談話完成テストによる回答であるため、実際の会話場面とはすれ違いがあり、対人コミュニケーションや人間関係にどのような影響を与えているのかはつかみにくい。

### 1.2.2 先行研究の問題点

以上の先行研究を見てみると、1) 日本語の発話行為に関わる研究には、他言語（英語、中国語、韓国語、タイ語、スペイン語、フランス語等）との対照研究が盛んに行われてきているが、その分析方法は表現形式や会話構造、談話分析、構文分析の分野などにとどまっているものが多く、意味公式の方法でデータを分析する研究は少ない；2) 1回の勧誘行動にとどまる研究は多いが、再勧誘を取り扱う研究があまり注目されてこなかった；3) データ収集の面で、アンケート調査や談話完成テスト、教科書の会話例、ドラマの会話

例などによる手段が多く、ロールプレイのような日常会話に近づいた模擬会話を用いたデータが少ないなどの問題点が挙げられる。

### 1.2.3 本研究の試み

前節で述べた問題点を少しでも解決できるように、本稿で取り扱う「再勧誘」行動とは、勧誘者が1回目の勧誘をした後、その勧誘を被勧誘者に躊躇され、断られて、再び勧誘したり、働きかけたりするなどのプロセスを指す。勧誘場面については、親疎関係が同等である大学生同士の間に「食事の誘い」を設定し、中日母語話者を対象に、ロールプレイという会話調査の手段でデータを収集する。また、ザトラウスキー（1993：75）、鄭（2013：56）の枠組みを援用し、データから抽出された意味公式に焦点を絞り、中日母語話者が使っている再勧誘ストラテジーを分析する。分析に際し、特に次の3つの研究課題に焦点を絞る。

1) 再勧誘部において、意味公式の種類別とそれらを使用している割合を比較することにより、中日母語話者が用いる再勧誘ストラテジーの共通点と相違点を考察する；

2) 1) の分析によって、各意味公式の中日比較を行い、特に使用率の高い意味公式の下位種類別を比較することにより、中日母語話者が使う再勧誘ストラテジー、また被勧誘者への配慮意識を考察する；

3) Brown & Levinson（1987）の「ポライトネス理論」に基き、中日母語話者が用いる再勧誘ストラテジーの相違を比較し、そこに現れる中日両言語の特徴と被勧誘者への配慮意識をポライトネスの観点で考察していきたい。



Degree papers are in the “[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)”.

Fulltexts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

廈門大學博士